

# Desarrollo de los medios de comunicación comunitarios en Colombia y Venezuela, convergencias y divergencias

Ava Mariana Gómez Daza

Ph.D. Ciencias Políticas – Universidad de Salamanca

Investigadora posdoctoral Conicet - Universidad de Buenos Aires

[avagomez@usal.es](mailto:avagomez@usal.es)

## Resumen

Partiendo de la premisa de que las políticas públicas de comunicación son instrumentos de cambio de los sistemas de medios, que los distintos gobiernos emplean con la intención de modificar las dinámicas comunicacionales al interior de los países donde las aplican, el presente artículo se centra en analizar, desde una perspectiva comparativa, el desarrollo de los medios comunitarios en Colombia y Venezuela. Para tal fin se hace un análisis contextual del surgimiento y desarrollo de los medios comunitarios en los dos países para, posteriormente, continuar con un estudio del desarrollo legislativo que se configuró a partir del año 2000, cuando entran en vigor distintas normativas y leyes que evidencian un cambio de enfoque en la política comunicacional venezolana.

**Palabras claves:** medios comunitarios, Colombia, Venezuela, políticas, comunicación.

## Abstract

*Starting from the premise that public communication policies are tools for changing media systems, which work with the intention of modifying the communication dynamics in the countries where the governments apply them, this article focuses on the analysis of community media laws in Colombia and Venezuela from a comparative perspective. Also, this document aims to make a contextual analysis of the community media laws since 2000, when different regulations changed the focus in the venezuelan communication policy.*

**Keywords:** *community media, Colombia, Venezuela, politics, communication.*

## Introducción

El desarrollo del sistema mediático en Colombia y Venezuela compartió con otros casos latinoamericanos una “tendencia regional” caracterizada, según Mastrini<sup>15</sup> y Becerra<sup>16</sup> (2006), Fox<sup>17</sup> (1989) o Beltrán (1976), entre otros, por la presencia de unas industrias culturales y de una comunicación históricamente concentradas al interior de los países en grupos multimedia – por ejemplo, Clarín en Argentina, O Globo en Brasil, Caracol y RCN en Colombia, Televisa en México y Cisneros en Venezuela– y, en muchas ocasiones, eran parte de conglomerados empresariales productores de otros tipos de bienes de consumo.

A pesar de que los sistemas políticos que vieron surgir los medios en los dos países mantuvieron, especialmente en su etapa más primigenia, una diferencia fundamental en el régimen político –férreamente bipartidista en el caso colombiano y con una marcada orientación caudillista militar en el caso venezolano–, tanto en Colombia como en Venezuela, la élite política encontró en el sistema de medios de comunicación privado-comercial un apoyo para el desarrollo de sus gobiernos, también, gracias a un silencioso, famélico y casi ausente sistema de medios estatales y el rechazo institucional de las iniciativas ciudadanas.

En Colombia, RCN y Caracol, las dos grandes cadenas radiales, posteriormente televisivas, apoyaron a los dos partidos tradicionales, Liberal y Conservador, a lo largo de su historia; mientras en el caso de Venezuela, hasta la llegada de Hugo Chávez al poder, se produjo una relación de “amabilidad” entre los grupos de la familia Cisneros y de la familia Phelps y los políticos de el partido de izquierda Acción Democrática (AD) y del Comité de Organización Política Electoral Independiente (Copei).

Los dueños de estos conglomerados siempre disfrutaron del favor de

---

15. Guillermo Mastrini es profesor de la Universidad de Buenos Aires (UBA), especialista en políticas públicas de información y comunicación. Editor de los libros “Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina” (2005) y de “Economía política, comunicación y conocimiento” (2005), éste último con César Bolaño y Francisco Sierra.

16. Martín Becerra es profesor de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) e investigador del CONICET en políticas de comunicación. Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona (España), es autor del libro “Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia” (2003). En 2005 fue invitado como Catedrático UNESCO en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona.

17. Investigadora de la comunicación y autora de diversas publicaciones entre las cuales destaca Medios de Comunicación y Política en América Latina.

los políticos de turno. Un ejemplo interesante fue la negativa de Carlos Andrés Pérez, una vez llegado a la Presidencia de Venezuela, para llevar a cabo una ley de medios que regulara el sector comunicacional en el país (Proyecto Ravelle), a pesar de que esta había sido parte de las promesas electorales de su primer mandato, a mediados de los años setenta. El “engavetado” proyecto de ley, que había sido el resultado de muchos años de trabajo por democratizar la comunicación en el país (Capriles, 1988), fue un primer intento de llevar a cabo una solución desde la política pública a los sistemas de medios históricamente concentrados. Una característica en la cual se venía trabajando desde un sector crítico intelectual que priorizaba la necesidad de democratizar la comunicación, de independizarla de los grandes conglomerados, así como de la influencia extranjera (especialmente norteamericana) y de fomentar el desarrollo de los medios públicos.

Algunos de aquellos teóricos, encabezados por Luis Ramiro Beltrán<sup>18</sup>, proponían un sistema de regulación de las industrias mediáticas, que entonces se denominó Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Estas propuestas, que surgieron al calor de la polémica publicación del Informe McBride<sup>19</sup> (1980), fueron políticamente olvidadas con el tiempo. No obstante, la lucha, ya no solo de intelectuales sino de la misma ciudadanía, se mantuvo latente; una buena muestra de ello fue el enorme desarrollo de los medios comunitarios, ciudadanos, indígenas o alternativos que tuvo lugar en la región (especialmente en Colombia y Bolivia), con un sistema de carácter local y un funcionamiento ‘alegal’ que intentaba cubrir de manera paralela todas aquellas demandas que no se veían satisfechas por los medios privados ni por el debilitado sector estatal (Ramos, 2015). Es entonces cuando se comienza a ahondar en los debates definitorios de este sistema comunicacional, que darán lugar a diversos enfoques y abordajes de su estudio. Asumiendo una de las primeras voces analistas de este fenómeno, María Cristina Mata los define de la siguiente forma:

---

18. Investigador de la comunicación, considerado como el pionero de la Escuela Latinoamericana de Comunicación, uno de los logros de su carrera es que obtuvo el premio de comunicación Marshall McLuhan.

19. El informe McBride fue elaborado en 1980 por la Comisión Internacional para el estudio de los problemas de la comunicación, presidida por Sean McBride. Este documento se presentó al Director General de la UNESCO y se enfocó en realizar “Una reseña de todos los problemas de comunicación de la sociedad contemporánea en el marco del progreso tecnológico y de los desarrollos recientes de las relaciones internacionales, sin dejar de considerar su complejidad y magnitud” (Amdaou - Mahtar, 1980: 14).

(...) la radio comunitaria, aunque sea denominada de varias maneras (libres, rural, local, asociativa, etc.) no deja de ser un tipo de radio hecha para servir al pueblo, una radio que favorece la expresión y la participación y valora la cultura local. Su objetivo es dar la voz a los que no la tienen, a los grupos marginados y las comunidades alejadas de los grandes centros urbanos, donde la población es demasiado pequeña (Mata, 1993:57).

Ya entrados los años noventa, la crisis económica en Latinoamérica y los escándalos de corrupción de varios gobiernos derivaron en la llegada al poder, entre finales de esa década y comienzos de la siguiente, de un grupo de líderes políticos que buscaron una salida diferente a la crisis, que superara los planteamientos del llamado “Consenso de Washington”<sup>20</sup>. En particular, el discurso rupturista de Hugo Chávez en Venezuela chocó con los intereses de los empresarios, afincados en el poder durante un largo período de “estabilidad democrática” que se inició tras el Pacto de Punto Fijo<sup>21</sup> (1958).

No sucedió lo mismo en Colombia donde tras la crisis que sufrieron los partidos tradicionales, Liberal y Conservador, entre finales de los años noventa y principios del 2000, se reconfiguró el panorama político en una serie de partidos de derecha que traspasaron la insatisfacción de la ciudadanía en el apoyo a un (no tan) nuevo líder político, representante de la derecha terrateniente, Álvaro Uribe, cuyo gobierno se orientó hacia la intensificación de la lucha contra las guerrillas del país y hacia un afianzamiento de las relaciones con EE.UU.

Dichas relaciones se consolidaron a través del apoyo militar que se recibió para la lucha antiguerrillera y contra la producción de estupefacientes, dentro del programa Plan Colombia<sup>22</sup>, iniciado por la administración anterior, y con la firma del Tratado de Libre Comercio (este último factor sería de especial relevancia para el ámbito de la comunicación). Álvaro Uribe y su sucesor, Juan Manuel Santos, han tenido durante sus gobiernos el apoyo de los medios con mayor audiencia del país. No se puede decir lo mismo en el caso de Venezuela, donde el gobierno de Hugo Chávez, y posteriormente de Nicolás Maduro, dio lugar a diferentes etapas en su particular relación con los medios de comunicación.

20. El Consenso de Washington consistió en un conjunto de reformas en la política económica, basadas en una lógica de mercado caracterizada por la apertura y disciplina macroeconómica, cuyo objetivo fue dotar a los países latinoamericanos de un modelo económico abierto y estable (Martínez & Reyes, 2012).

21. El Pacto de Punto Fijo fue un acuerdo logrado entre los partidos políticos de Venezuela en 1958 para estabilizar y consolidar la democracia (Hernández, 2011).

22. Acuerdo bilateral entre Colombia y Estados Unidos con tres objetivos específicos: generar revitalización social y económica; terminar el conflicto armado en Colombia; y crear una estrategia antinarcóticos.

En resumen, hasta finales del siglo pasado, los sistemas de medios de comunicación de Colombia y Venezuela se caracterizaban por estar compuestos de industrias altamente concentradas en pocos propietarios; hegemónicas, pues no había contrapeso de un sistema de medios estatales fuerte que representara los intereses de todas las capas sociales; dependientes de inversiones, tecnología y producciones norteamericanas; pero, fundamental y profundamente, vinculadas a las familias más poderosas y/o a los partidos políticos mayoritarios de los países.

Los cambios políticos acaecidos entre 1990 y 2000 tuvieron repercusiones en las decisiones en torno a los sistemas comunicacionales de los dos países. Por ello, cada gobierno elaboró, aprobó e implementó una batería de normativas diferenciada, dando lugar a sistemas de políticas públicas con orientaciones relativamente opuestas. Esto fue evidente en la forma en que se normativizaron varios aspectos regulatorios centrales, interviniendo en algunos elementos que constituyen la estructura mediática de los dos países, como la regulación del espectro radioeléctrico o de la propiedad de los medios de comunicación y su extranjerización; las lógicas y dinámicas de fomento a medios comunitarios y ciudadanos; o la conformación y actuación de los órganos reguladores.

El presente artículo se centra en analizar desde una perspectiva comparativa el desarrollo de los medios comunitarios en Colombia y Venezuela, a partir de las políticas públicas de comunicación, ejecutadas en estos países para regular el sector, en el período que va desde el año 2000, tratando de identificar las principales diferencias en cuanto a la ejecución de políticas públicas de comunicación por parte de gobiernos de distinto carácter ideológico.

Para ello se llevó a cabo, en primer lugar, un análisis contextual del surgimiento y desarrollo de los medios comunitarios en los dos países, para posteriormente, continuar con un análisis del desarrollo legislativo que se configuró a partir del año 2000, cuando entran en vigor distintas normativas y leyes que evidencian un cambio de enfoque en la política comunicacional venezolana. Para finalizar, se reflexionará sobre las implicaciones de los dos sistemas normativos que se han desarrollado, poniendo de manifiesto la relevancia en su constitución de la dinamización de la participación ciudadana.

Con esta investigación se busca evidenciar que las políticas públicas de comunicación son instrumentos de cambio de los sistemas de medios, que los distintos gobiernos emplean con la intención de modificar las dinámicas comunicacionales al interior de los países donde las aplican, tratando de hacer un examen –en definitiva– de las características de las políticas de comunicación elaboradas e implementadas en Colombia y Venezuela en lo que ha corrido del siglo XXI, apuntando también a valorar los factores ideológicos de los gobiernos como variables relevantes de su orientación normativa, así como de sus resultados en cuanto a la configuración de los sistemas comunicacionales.

## **Desarrollo de los medios comunitarios en Colombia y Venezuela**

### **Colombia**

El desarrollo de los medios comunitarios en Colombia ha sido paralelo al avance de los medios de comunicación de carácter privado y estatal del país. Desde su reconocimiento en 1995, generó una importante producción de normativas para el sector, todas derogadas por la Ley 1341 de 2009. No obstante, esta regulación coexiste con una serie de documentos que rigen este ámbito: el Decreto 195 del 31 de enero de 2005, el Decreto 4550 del 9 de noviembre de 2009 y el Decreto 4995 de 2009. También están las Resoluciones 1645 de 2005, 415 de 2010, 2989 de 2011, 3120 de 2011 y 530 de 2011; todas expedidas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (Mintic).

Las radios comunitarias en Colombia han tenido un desarrollo histórico amplio y destacado, que “data de la década de los cuarenta, cuando nace Radio Sutatenza (1947), la que para muchos es la primera radio alternativa del mundo” (Ramos, 2013:12), en un pequeño municipio del departamento de Boyacá. Desde los años cuarenta hasta los años setenta, este sector va tomando fuerza a través de diversas organizaciones de participación política y ciudadana, así como por medio de la conformación de redes regionales y la creación de asociaciones a escala estatal, como la Red Colombiana de Radios Comunitarias (El’Gazi, 2010).

Sin embargo, en los noventa, con la ampliación de la regulación comunicacional a este sector, surge una desafección en los movimientos comunitarios, debido a la reducción de licencias otorgadas por el Estado:

En torno al primer decreto 1447 del año 1995, se asignaron un total de 427 licencias para el total de 1098 municipios del país, eso sí, ninguna de ellas en las capitales departamentales. Insertas en torno a 16 redes regionales, en cifras de ALER solo el 5% de estas pertenecían a organizaciones o comunidades. Sin duda, el gran problema se percibe mejor si es conjuntado con el caso de la iglesia católica, que para el año 2001 contaba ya con 180 emisoras comerciales, y sin embargo, a la hora de repartir licencias comunitarias tras la aprobación de la norma, 220 licencias comunitarias fueron concedidas a parroquias y diócesis, más del 30% del total. Esto ejemplifica de manera contundente cómo, en la aplicación de la política pública, las deficiencias y la mala praxis gubernamental son claramente expuestas desde el nivel más básico de consideración de servicio público (Geerts y Van Oeyen, 2001:57).

A partir del 2000, con la aprobación de medios comunitarios en las capitales, se produce una ampliación de emisoras comunitarias (Tabla No. 1).

**Tabla No. 1**  
*Licencias de radios comunitarias*

Año de convocatoria	Comunidades organizadas participantes	Comunidades seleccionadas	Emisoras comunitarias formalizadas
1995	1308	401	427
1997	337	155	
1997	11	8	
2004	460	224	107
2006	195	119	En trámite
2007	17	Pendiente de evaluación	
<b>Total</b>			<b>534</b>

Fuente: CONPES 3506 Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Como señala Ramos, la variación de este sector es difícil de detectar por la diversidad de fuentes documentales existentes:

Solo a modo de estimación, existen muchas cifras de estructuración de medios alternativos en torno a la geografía colombiana. Así, una reciente investigación, (...) identifica hasta 112 experiencias comunitarias en la región andina del país. A su vez, la Red Comunicación Comunitaria cuenta, tan sólo para Bogotá, con 240 medios comunitarios. Por otra parte, a fecha de febrero de 2012, en colaboración con la Secretaría de Educación, la Red elaboró un mapeo de medios comunitarios basados en NTICs, el cual incluía a 53 diferentes medios alternativos digitales en todo el país (2013: 15).

Las cifras más recientes que ofrece el Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación señala que en 2013, existieron cerca de 685 emisoras de radio comunitaria, sin conocer cuál es el registro estimado de cuántas más pueden operar desde fuera de esta consideración.

La televisión comunitaria en Colombia surge a principios de 1980, vinculada a una necesidad tecnológica relacionada con el incremento del uso del satélite y el incremento de oferta televisiva proveniente de EE.UU. (Pereira, 2001). Este tipo de emisoras de televisión, según señala Téllez (2005), vivió en un limbo legal hasta 1991, cuando se introdujo el concepto de democracia participativa en la recién creada Constitución Política de 1991.

El Acuerdo 006 de 1999, expedido por el CNTV, establece las normas para la prestación del servicio y lo define así:

Es el servicio de televisión prestada por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con el objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red. Así mismo, por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción (Acuerdo 006 de 1999, CNTV).



Sin embargo, la forma en que operan algunas emisoras del servicio de televisión comunitaria dista de la prerrogativa que la orienta hacia el fomento de la participación de las comunidades organizadas. Como señala Téllez, “lo preocupante no ha sido su invisibilidad sino el perjuicio que le ha ocasionado el hecho de que a estos proyectos se asociaran y lo siguen haciendo algunos operadores “informales” o piratas por culpa de los cuales se ha estigmatizado a los demás” (2005: 145).

Ello ha dificultado la tarea de diferenciar aquellas emisoras que tienen una labor orientada a la participación social de las comunidades organizadas, de aquellas emisoras que solo están centradas en la distribución de contenidos de manera informal para estas comunidades organizadas.

Sin embargo, en su investigación, Patricia Téllez (2005) observa que, en 1997, a través de un primer diagnóstico de experiencias de televisoras comunitarias en el país, se detectaron unas cuatrocientas emisoras de televisión comunitaria en Colombia; no obstante, hasta 2005 apenas sobrevivieron 40. Evidentemente, en su caso hace referencia a emisoras de televisión comunitaria cuyo proyecto estaba realmente orientado a la participación de la ciudadanía, por medio de las comunidades organizadas en torno a estos medios.

En este sentido, los datos que constan en 2014 sobre el peso de las televisoras comunitarias en Colombia, indican que existe un total de 771 emisoras, tal y como hace público la ANTV, Autoridad Nacional de Televisión, en su sitio web. En este conteo no se puede diferenciar los tipos de proyectos que hay al interior de ellas, ni si estos realmente están relacionados con la participación de las comunidades. En la actualidad, los canales están manejados por comunidades organizadas, empresas (sistemas de parabólicas, de comunicación y privadas), organismos del Estado (alcaldías, universidades e institutos y casas de cultura) y comunidades privadas (ONG y universidades).

Esta situación complica el marco de implementación del Acuerdo de Paz firmado entre las FARC y el Gobierno de Colombia, que articula nuevas estrategias de participación ciudadana. En tal caso y aunque el desarrollo del articulado legal correspondiente está en proceso, los acuerdos tienen en cuenta

estas limitaciones y plantean formas de dinamización de la participación ciudadana a través de estos medios, por ello establecen un claro compromiso frente a este sector, en la medida en que lo entienden como condición sin la cual no se podría establecer enfoques de democratización de la comunicación:

Para avanzar en el logro de estos fines, el gobierno nacional se compromete a:

- Abrir nuevas convocatorias para la adjudicación de radio comunitaria con sujeción a los criterios objetivos establecidos en la ley, con énfasis en las zonas más afectadas por el conflicto, y así promover la democratización de la información y del uso del espectro electromagnético disponible, garantizando el pluralismo en la asignación de las mismas. Se promoverá la participación de organizaciones comunitarias incluyendo organizaciones de víctimas en estas convocatorias.
- Promover la capacitación técnica de los trabajadores y las trabajadoras de los medios comunitarios, y la formación y capacitación de comunicadoras y comunicadores comunitarios y de operadores y operadoras de medios de comunicación, mediante procesos que busquen dignificar la libre expresión y opinión.
- Abrir espacios en las emisoras y canales institucionales y regionales destinados a la divulgación del trabajo de las organizaciones y movimientos sociales, incluyendo los de mujeres, y de las comunidades en general, así como de contenidos relacionados con los derechos de poblaciones vulnerables, con la paz, con justicia social y la reconciliación, y con la implementación de los planes y programas acordados en el marco de este acuerdo.
- Financiar la producción y divulgación de contenidos orientados a fomentar una cultura de paz con justicia social y reconciliación, por parte de los medios de interés público y comunitario. La asignación se llevará a cabo mediante concursos públicos y transparentes que contarán con mecanismos de veeduría ciudadana (Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera, 2016).

A pesar de los meridianos avances, particularmente en materia de dinamización de la participación ciudadana, el crecimiento de este sector en Colombia, a diferencia del caso venezolano, no tiene que ver con una política orientada a la expansión del mismo, sino a diversos factores propios de cada zona; por ejemplo, la amplitud de este tipo de medios en la zona andina y en zonas de conflicto tienen razones sociales propias, relativas a la necesidad de construcción de formas alternativas de comunicación y de participación social.

## Venezuela

Entre la década de 1970 y 1980 la lógica del bipartidismo (AD-COPEI), tras el Pacto de Punto Fijo, produjo una caída de la participación social y una marcada desmovilización debido, en parte, a la imposición de iniciativas sociales desde las instituciones públicas, que bloquearon las propuestas hechas desde los movimientos colectivos. Un ejemplo de este tipo de intervención fue la que se dio en el Gobierno de Jaime Lusinchi por medio de la Comisión Presidencial para la Reforma del Estado (COPRE), cuyo objetivo era reformarlo sin la participación popular (Urribarrí, 2007).

A pesar de esta situación, en las barriadas de varias ciudades tuvieron lugar procesos de integración comunitaria. Por ejemplo, en el barrio Buena Vista, surgido de la precariedad en la ciudad de Maracaibo, la comunidad organizada logró poco a poco incorporar servicios públicos, calles y escuelas. Uno de los ejes de tejido social que sin lugar a duda sirvió para articular a la comunidad fue su periódico comunitario *El Populacho* y, más adelante el conocido canal de televisión comunitaria Canal Z:

El *Populacho*, un periódico comunitario que circulaba regularmente, cada mes aproximadamente, y permitió que la gente se reconociera, se organizara y viera los frutos de su lucha constante. El *Populacho* era un dieciseisavo que oscilaba entre 12 y 16 páginas. Incluía publicidad de abastos, ferreterías y hasta una clínica situada en el barrio. Eso permitía que su impresión se le encomendara a una empresa. El resultado era un producto con una calidad que superaba la publicación eventual e improvisada (...) Lo interesante o curioso es que 20 años después (...) aquella generación [que fundó el *Populacho*] fue relevada y en la actualidad en Buena Vista siguen organizaciones populares

y la comunicación comunitaria. Allí está la sede de Canal Z, un canal comunitario de televisión, habilitado por CONATEL, con cobertura para casi toda su parroquia (Villalobos, 2011: 42).

Este tipo de procesos se repitió en diferentes zonas de la geografía del país, también de la mano de iniciativas eclesiósticas y de cooperación internacional. De la misma forma, se empezó a establecer contacto entre las asociaciones a través de la integración nacional y regional de los trabajadores de este tipo de medios, como la Red de Reporteros Populares (RRP) y, más adelante, en la Asociación Nacional de Medios Comunitarios Libres y Alternativos (ANMCLA) (Urribarrí, 2007).

El tejido asociativo se vio impulsado con la llegada de Hugo Chávez al poder, pues las iniciativas previamente perseguidas fueron apoyadas por medio de legislación orientada a ampliar los escenarios de acción comunitaria y de participación política desde las comunidades organizadas:

En 2002 se aprobaron la Ley de los Consejos Locales de Planificación Pública y la Ley de los Consejos Estadales de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas. En 2005 se aprobó la Ley Orgánica del Poder Público Municipal que viene a sustituir la Ley Orgánica de Régimen Municipal de junio de 1989 (Villalobos, 2011:42).

A las anteriores se suma la Ley Orgánica del Poder Popular de 2010 que tiene por objeto desarrollar y consolidar el Poder Popular, generando condiciones objetivas a través de los diversos medios de participación y organización establecidos en la Constitución de la República, en la ley y los que surjan de la iniciativa popular, para que los ciudadanos y ciudadanas ejerzan el pleno derecho a la soberanía, la democracia participativa, protagónica y corresponsable, así como a la constitución de formas de autogobierno comunitarias y comunales, para el ejercicio directo del poder (Ley Orgánica del Poder Popular de 2010, artículo 1).

Además, en el ámbito específico de la comunicación, durante el período del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), se impulsaron diversas políticas públicas orientadas no solo a regular, sino a ampliar y apoyar a los medios comunitarios, empezando por la Ley Orgánica de Telecomunicaciones

de 2002<sup>23</sup>, en la que se otorga por primera vez un “estatus legal” a los medios comunitarios de servicio público y sin fines de lucro.

A continuación, con la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos de 2010 (original de 2004, pero modificada para introducir las tecnologías digitales y complementaria de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones) la política pública en el sector se orientó hacia la apropiación ciudadana de los medios de comunicación, mediante el acceso de todos los usuarios a las señales; para ello, en el Decreto 1522 se exonera del pago de todos los tributos establecidos cuando se va a prestar un servicio de radio o televisión comunitaria.

Además, en esta Ley también se plantea la posibilidad de que las producciones comunitarias sean vistas en otros tipos de canales, de tal manera que no queden marginadas al ámbito local. Es así como la Ley propone que haya un canal de los servicios de pago destinado a emitir 100% de producción nacional y producción comunitaria. También se plantea la financiación de proyectos para el desarrollo, fomento y formación como una manera de hacer más accesibles los medios a los ciudadanos (Gómez y Ramos-Martín, 2014).

Finalmente, la Ley de Comunicación del Poder Popular, aprobada en 2015, tiene por objetivo “garantizar el derecho a la información y pleno desarrollo de las capacidades comunicacionales (...); así como impulsar, desarrollar, fortalecer y consolidar la Comunicación Popular” (Artículo 1), normativizando un sector en crecimiento en el que las cifras oficiales de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), de mayo de 2002 a abril de 2006, indicaban que se había habilitado un total de 193 medios comunitarios, de los que 108 recibieron apoyo económico para la dotación de equipo (Urribarrí, 2007).

Según el último censo de la Conatel, el total de medios comunitarios habilitados era de 280, repartidos a lo largo del país, tal y como se expone en la tabla (Tabla No. 2):

---

23. En 2002, se puso en marcha el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitaria (vigente hasta 2012), que estableció una serie de definiciones formales y se centró en los requisitos para poner en marcha un medio comunitario. Tuvo en cuenta aspectos de inversión de los recursos y de contenidos. Además, fue especialmente enfático en cuestiones de pluralidad y en las características formativas del personal a cargo de los medios.

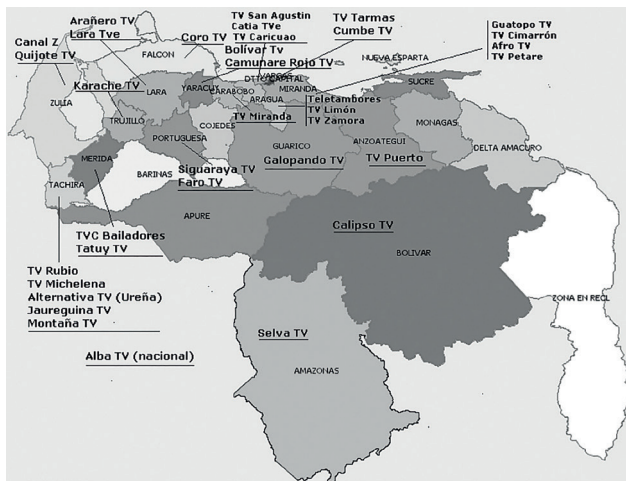
**Tabla No. 2**  
*Medios comunitarios habilitados (2011)*

Lugar	Radio	Televisión	Total
Amazonas	1308	401	427
Anzoátegui	16	2	18
Apure	9	1	10
Aragua	9	5	14
Barinas	4	0	4
Bolívar	14	2	16
Carabobo	14	1	15
Cojedes	1	1	2
Delta Amacuro	1	0	1
Distrito Capital	11	2	13
Falcón	5	1	6
Guárico	3	1	4
Lara	19	1	20
Mérida	21	2	23
Miranda	18	3	21
Monagas	4	0	4
Nueva Esparta	12	0	12
Portuguesa	1	1	2
Sucre	8	1	9
Táchira	12	5	17
Trujillo	16	0	16
Vargas	3	1	4
Yaracuy	14	2	16
Zulia	26	3	29
<b>Subtotal</b>	<b>244</b>	<b>36</b>	<b>280</b>

Fuente: Conatel

Recientemente en su trabajo titulado “Comuna, tiempo y televisión. Balance y futuro de la televisión comunitaria venezolana”, Thierry Deronne (2016) hace un análisis en profundidad del sector apuntando, a una descripción cualitativa del trabajo que se realiza en las televisoras comunitarias en Venezuela. En el mismo incluye una descripción de la distribución geográfica de este tipo de medios en el país (Figura No. 1).

**Figura No. 1**  
*Distribución geográfica de las televisoras comunitarias en Venezuela*



Fuente: Deronne (2016)

Los medios comunitarios en Venezuela pasaron de una situación de ilegalidad a ser reconocidos institucionalmente. Además, el reconocimiento de las comunidades organizadas y el apoyo institucional de las mismas han servido también para la creación de nuevos medios y, en definitiva, ha supuesto el crecimiento sin precedentes del sector.

El crecimiento y visibilización de los medios comunitarios se puede observar si se tiene en cuenta la investigación de Greets y Van Oeyen (2001), “La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia”, en la que estudian la influencia de los medios comunitarios en Latinoamérica. Este trabajo recoge los datos sobre emisoras de radio comunitarias en situación de “alegalidad” para el año 2000:

En Venezuela hay una coordinadora nacional con bajo nivel de institucionalidad que agrupa siete radios. En este momento el Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFA, asume la conducción de esta coordinadora. Existen cuatro asociaciones de radios comunitarias: la Red Venezolana de Radios Comunitarias, la Red Interactiva de Radio, la Red Zuliana y el Movimiento de Libre Comunicación. Las 4 asociaciones agrupan en su conjunto unas 60 emisoras (Geerts y Van Oeyen, 2001:190).

A estas se sumaban las televisoras comunitarias TV Rubio de Táchira y Catia TV de Caracas, activas desde la década de los noventa (Gómez, 2014). De esta manera, se puede decir que desde 2000 hasta 2014 se dio un proceso de ampliación de los medios de comunicación comunitarios, que ha sido coherente con una política de apoyo de los gobiernos que se sucedieron en el país hacia las asociaciones civiles organizadas definidas como el "Poder Popular".

El desarrollo que ha tenido en los últimos años este sector ha implicado dos perspectivas diferentes en torno a su funcionamiento y la línea editorial que adquieren los medios comunitarios: por una parte, la visión de aquellos que los consideran un instrumento mediático más del gobierno, y por otro lado, quienes observan su labor como herramientas de la ciudadanía contrapuestas a las diferentes instituciones del poder, incluso la gubernamental.

### **Legislación sobre medios comunitarios en Colombia y Venezuela**

Tanto en Colombia como en Venezuela el desarrollo de los medios comunitarios es crucial para comprender la configuración de los sistemas comunicacionales. Aunque el reconocimiento de los mismos es común en la legislación sobre el tema de ambos países, la forma en que es abordada la política manifiesta importantes diferencias (Tabla No. 3).



**Tabla No. 3**  
*Normativa de medios comunitarios, legislación y articulado*

	Legislación de Venezuela <sup>24</sup>		Legislación de Colombia	
<b>Dimensiones</b>	Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión de 2010	Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público de 2002	Ley de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de 2009	Varios reglamentos complementarios a la Ley TIC de 2009
<b>Reconocimiento legal</b>	Artículo 16		Artículo 57	Resolución 433 de 2013, Reglamento de Televisión Comunitaria sin Ánimo de Lucro; Resolución 415 de 2010, Reglamento de Radiodifusión Sonora, artículo 18
<b>Apoyo en capacitación</b>	Artículo 24 (sobre el Fondo de Desarrollo Universal)	Artículo 27		
<b>Apoyo en producción y distribución</b>	Artículo 13, Artículo 24			
<b>Apoyo financiero</b>	Artículo 24; Ley Orgánica de Telecomunicaciones, artículo 157			Resolución 0292 de 2013, Reglamento del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos a Cargo de la autoridad nacional de televisión, artículo 22
<b>Limitaciones técnicas</b>		Artículo 36		Resolución 415 de 2010, Reglamento de Radiodifusión Sonora, Artículo 81; Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada
<b>Limitaciones financieras</b>				Artículo 12; Resolución 415 de 2010, Reglamento de Radiodifusión Sonora
<b>Limitaciones en Contenidos</b>	Artículo 16	Artículos 28 y 29		Resolución 433, Reglamento de Televisión Abierta Comunitaria sin Ánimo de Lucro; Resolución 415, Reglamento de Radiodifusión Sonora, artículo 26
<b>Sanciones</b>	Artículo 28			Resolución 433, Reglamento de Televisión Abierta Comunitaria sin Ánimo de Lucro, artículo 25

**Fuente:** Elaboración propia

24. El presente análisis no incluye la Ley de Comunicación del Poder Popular por no tener establecida su reglamentación al momento de la elaboración del presente artículo.

Como se indicó anteriormente, en la legislación de Colombia y Venezuela se reconocen los medios comunitarios. Para el primer caso las normativas encargadas de regularlos son varias; la Ley de Tecnologías de la Información y la Comunicación de 2009, que hace referencia a la forma de obtención de las licencias para este tipo de medios; la Resolución 433 de 2013, que regula la Televisión Comunitaria sin Ánimo de Lucro y la Resolución 415 de 2010, que reglamenta la radiodifusión sonora, incluyendo la comunitaria.

En el segundo caso, la normativa de referencia es la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos de 2010 y el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público de 2002.

Para analizar la política pública sobre medios comunitarios en cada país se han tomado tres dimensiones que definen las políticas. Estas son: las formas de fomento, los límites establecidos hacia los medios de este tipo y las sanciones.

En cuanto a las formas de fomento, Venezuela destaca por sumar el apoyo en la capacitación y en la producción. Esta ayuda se da a través del Fondo de Responsabilidad Social, regulado por el artículo 24 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Digitales. Dicho fondo apoya diversos tipos de proyectos, entre ellos, según refleja el sitio web del fondo<sup>25</sup>, la capacitación de productores nacionales de obras audiovisuales o sonoras; el desarrollo de planes de formación dirigidos a productores nacionales y de técnicos en el área de la producción (camarógrafos, sonidistas, lumínicos, etcétera); la educación para la percepción crítica de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión a través de programas de capacitación a usuarios; y la investigación relacionada con la comunicación y difusión de mensajes audiovisuales.

Según el artículo 27 de la misma Ley, los medios comunitarios deben ser partícipes de estas actividades formativas, de tal manera que sus operarios puedan ser acreditados por medio de los cursos ofrecidos por la Conatel, organismos públicos, privados, nacionales o internacionales. Para ello, las asociaciones comunitarias deben presentar los informes de dichas actividades anualmente a Conatel.

---

25. <http://www.conatel.gob.ve/fomento-audiovisual/>

El fondo también prevé, según el artículo 24 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, el apoyo a la producción por medio de:

La construcción o ampliación de estudios para la producción de programas de radio o televisión; dotación de equipos para la producción integral de programas para radio o televisión y la constitución y dotación de empresas para el alquiler de equipos necesarios para la producción integral de programas de radio o televisión. También incluye la realización de obras o programas de radio o televisión por parte de productores nacionales independientes.

Tanto en Colombia como en Venezuela, el apoyo financiero a los medios comunitarios está regulado en varias normativas. En Venezuela se emplean las exenciones impositivas (Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos de 2010, artículo 24 y Ley Orgánica de Telecomunicaciones de 2010, artículo 157) y en Colombia, apoyos directos para elaboración de contenidos en los canales estatales de televisión:

(...) Los operadores de televisión sin ánimo de lucro accederán a los recursos del FONTV a través de las convocatorias anuales que realice la ANTV, directamente o en cofinanciación con otras entidades, para el fomento de los contenidos de televisión de interés público y/o en desarrollo del numeral 3 del artículo 6 de la presente resolución, [que señala:] (...) 3. Los recursos del FONTV se destinarán para (...) El apoyo a los contenidos de televisión de interés público desarrollados por los operadores de televisión sin ánimo de lucro (Resolución 0292 de 2013. Reglamento del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos, artículo 22).

En cuanto a los límites, la normativa es similar en ambos países. Por una parte, se encuentran límites técnicos vinculados al área de cobertura y las características que las emisoras de radiodifusión sonora comunitaria deben adoptar. En el caso de Venezuela según el artículo 36 del Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público de 2002:

Los operadores comunitarios que presten el servicio de radiodifusión sonora comunitaria deberán cumplir con los siguientes parámetros técnicos de operación: 1. Desviación de frecuencias se permite un máximo de más o menos setenta y cinco Kiloherzt ( $\pm 75$  KHz), que representa un 100% de modulación. 2. Ancho de banda: 200 KHz para el canal (100 KHz a cada lado de la portadora principal). 3. Ancho de banda de operación: 150 KHz 4. Modulación: Frecuencia Modulada 5. Quienes operen entre 120 y 240 KHz, respecto a la frecuencia central de la portadora principal, deben atenuar por lo menos 25 dB por debajo del nivel de la portadora sin modulación. Al cumplir esto, es necesario demostrar que la anchura de banda ocupada es de 240 KHz o menor. 6. Las estaciones de radiodifusión sonora comunitarias que aparezcan entre 240 y 600 KHz respecto a la frecuencia central de la portadora principal, deben atenuarse por lo menos 35 dB por debajo del nivel de la portadora sin modulación. 7. Las estaciones de radiodifusión sonora comunitarias que aparezcan más allá de 600 KHz con respecto a la frecuencia central, deben atenuarse por lo menos  $43 + 10 (p)$  dB por debajo del nivel de la portadora sin modular, u 80 dB cualquiera que resulte menor, donde P es la potencia de Vatios. 8. La tolerancia en frecuencia de la portadora principal permitida para estaciones de radiodifusión sonora comunitaria, es de más o menos dos Kiloherzt  $\pm 2$  KHz (...).

En Colombia las características técnicas vienen definidas según el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada como “Estaciones de Clase D” (tal y como se indica en la Resolución 415 de 2010, que reglamenta la Radiodifusión Sonora). Según esta resolución, las Estaciones de Clase D son:

Aquellas destinadas a cubrir con parámetros restringidos, áreas urbanas y/o rurales, o específicas dentro de un municipio o distrito, y que están obligadas, por lo tanto, a implementar los mecanismos que determine el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para garantizar la operación de la misma dentro de los parámetros estipulados en este Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora (...). [Con un Máximo 250 vatios de p. r. a., en la dirección de máxima ganancia de antena. Máximo 900 W de p. r. a (...).

Colombia a diferencia de Venezuela, establece también límites financieros, en el caso de la radio comunitaria. Así, según el artículo 12 de la Resolución 415 de 2010:

(...) Deberán invertir, en su integridad, los recursos que obtenga la emisora por concepto de comercialización de espacios, patrocinios, auspicios, apoyos financieros de organizaciones internacionales legalmente reconocidas en Colombia u organismos gubernamentales nacionales, en su adecuado funcionamiento, mejoramiento de equipos y de la programación que se transmita a través de ella y en general en inversiones que garanticen la adecuada continuidad en la prestación del servicio y el desarrollo de los objetivos comunitarios.

Con respecto a los contenidos, en ambos países se hace un esfuerzo por elaborar una normativa completa, aunque relativamente más abundante en el caso venezolano, pues dedica al control de este aspecto el artículo 16 de la Ley de Responsabilidad Social de Radio, Televisión y Medios Electrónicos de 2010 y los artículos 28 y 29 del Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público de 2002. Los mensajes deben caracterizarse por contribuir al desarrollo, la educación en la percepción crítica, promover el cuidado medioambiental, fomentar el ejercicio del derecho a la comunicación. Además, los medios comunitarios deben cumplir unos mínimos de programación, tal y como establece el artículo 16: "(...) diariamente, un mínimo del setenta por ciento (70%) de producción comunitaria".

Esta normativa es especialmente enfática en lo que tiene que ver con la publicidad y propaganda política, y regula de forma taxativa cómo deben ser estas en función del tipo de empresas o instituciones que promuevan, diferenciando entre Estado, pequeñas empresas y grandes empresas:

El tiempo total para la difusión de publicidad, incluida la publicidad en vivo, en los servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, no podrá exceder de diez minutos por cada sesenta minutos de difusión, los cuales podrán dividirse hasta un máximo de cinco fracciones por hora. La publicidad de bienes y servicios lícitos que ofrezcan las personas naturales, microempresas, cooperativas, pequeñas y medianas empresas de la comunidad donde

se preste el servicio, tendrán facilidades y ventajas para su difusión. El tiempo total destinado a la difusión de publicidad de grandes empresas y del Estado, no podrá exceder del cincuenta por ciento (50%) del tiempo total de difusión permitido en este artículo. El ciento por ciento (100%) de la publicidad difundida por los prestadores de servicios de radio o televisión comunitarios de servicios públicos, sin fines de lucro, deberá ser de producción nacional. Las retransmisiones simultáneas no pueden incluir la publicidad del prestador del servicio de radio o televisión donde se origine el mensaje. Los prestadores de servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, no podrán difundir propaganda (artículo 16).

El Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público de 2002 establece condiciones para evitar la concentración de la producción comunitaria:

(...) Los servicios de radiodifusión sonora comunitaria y televisión abierta comunitaria serán medios de transmisión de la producción independiente y la producción comunitaria, tanto propia como aquella generada en otras comunidades. Los operadores comunitarios deberán destinar como mínimo el setenta por ciento (70%) de su período de transmisión diario a la transmisión de producción comunitaria (artículo 28).

(...) En ningún caso un mismo productor, comunitario o independiente, podrá ocupar más del veinte por ciento (20%) del período de transmisión diario de un servicio de radiodifusión sonora comunitaria o televisión abierta comunitaria. La producción comunitaria generada por el operador comunitario no podrá ocupar, en ningún caso, más del quince por ciento (15%) del período de transmisión diario de la estación (artículo 29).

A pesar de que la legislación en Colombia no es tan profusa como la venezolana, en este aspecto sí concuerda en las temáticas reguladas. Establece la obligatoriedad de emitir los canales colombianos de televisión abierta estatal (Resolución 433 de 2013, artículo 15). Además, en el artículo 16 del mismo reglamento, se especifican criterios mínimos de programación obligatoria para el canal comunitario de la comunidad organizada:

(...) Toda Comunidad Organizada deberá disponer de un Canal Comunitario, el cual debe cumplir con un tiempo mínimo de programación basado en la producción propia, de la siguiente manera: 1. Desde el inicio de operaciones y hasta un (1) año después, mínimo cinco (5) horas de producción propia semanal. 2. A partir del segundo año de operación de los nuevos licenciarios, y para los licenciarios habilitados antes de la entrada en vigencia de la presente resolución, se debe aumentar la producción propia en mínimo cinco (5) horas de producción propia de lunes a viernes, y dos (2) horas de producción propia los sábados y los domingos, con el fin de completar un mínimo de nueve (9) horas semanales. Los asociados de la Comunidad Organizada que de manera independiente produzcan contenidos que respondan a las necesidades de la comunidad, tendrán derecho a que sean emitidos a través del Canal Comunitario, para lo cual cada Comunidad Organizada deberá contar en su Canal Comunitario con una disponibilidad mínima de dos (2) horas diarias para emitir las producciones independientes de sus asociados y fijará los requisitos y procesos de selección de los contenidos a emitir, los que en todo caso deberán cumplir los fines y principios del servicio público de televisión (...).

En el caso de la radio comunitaria, se establece en la Resolución 415 de 2010 que el porcentaje de producción propia semanal que puede realizarse en la modalidad de coproducción no puede superar el 50 % de las horas totales de emisión (Artículo 26).

Al igual que en otros aspectos, la normativa venezolana tiene un carácter más punitivo que la colombiana. En dicho caso las sanciones referentes a incumplimientos en los contenidos quedan establecidas en el artículo 28 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos de 2010:

(...) multa desde el tres por ciento (3%) hasta el cuatro por ciento (4%) de los ingresos brutos causados en el ejercicio fiscal inmediatamente anterior a aquél en el cual se cometió la infracción. (...) Cuando los prestadores de servicios (...) reincidan en la infracción de los supuestos aquí previstos les serán incrementadas las multas en un cincuenta por ciento (50%). En los casos en que se aplique la sanción de cesión de

espacios para la difusión de los mensajes culturales y educativos, éstos no podrán ser inferiores a cinco minutos ni superiores a treinta minutos según lo determine el Directorio de Responsabilidad Social (artículo 28).

En sus sanciones no solo se responsabiliza a los medios de comunicación, también son responsablemente solidarios los anunciantes y los productores:

(...) El Productor Nacional Independiente es solidariamente responsable por los mensajes que formen parte de sus producciones, que, al ser difundidos por los prestadores de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, constituyan infracciones de esta Ley. El anunciante sólo es responsable por los mensajes que formen parte de la publicidad o propaganda, que al ser difundidos por los prestadores de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, constituyan infracciones de esta. En este caso las multas serán calculadas entre el veinte por ciento (20%) y el doscientos por ciento (200%) del precio de compra del total de espacios publicitarios utilizados en la difusión del mensaje objeto de la sanción. (...) El prestador de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, o cualquier servicio de divulgación audiovisual o sonora será solidariamente responsable de la infracción cometida por el productor nacional independiente, anunciante, en cuyo caso será sancionado (...). Cuando los prestadores de servicios de radio se encuentren agrupados en circuitos, las multas se calcularán sobre la base de los ingresos brutos causados, sean estos derivados de la contratación directa o indirecta de publicidad o propaganda (artículo 28).

Para el caso Colombiano, las sanciones sobre Televisión Comunitaria quedan establecidas en la Resolución 433 de 2013 así:

Las Comunidades Organizadas prestatarias del servicio de Televisión Comunitaria cerrada sin ánimo de lucro que incumplan las obligaciones o incurran en las prohibiciones descritas en la presente Resolución o demás normas aplicables se harán acreedoras a las siguientes sanciones: 1. Multas hasta de quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales. 2. Suspensión de la operación hasta por dos (2) meses. 3. Cancelación de la licencia para operar el servicio de Televisión Comunitaria cerrada sin ánimo de lucro (artículo 25).



## Conclusiones

La promoción y el desarrollo de los medios comunitarios son parte de la política pública de comunicación que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) considera importante para “asegurar una mezcla diversa de medios difusivos e impresos públicos, privados y comunitarios” (2008: 25). En torno a este eje temático las normativas de los dos países analizados operan de forma diferente (Tabla No. 4).

**Tabla No. 4**  
*Características de la normativa sobre medios comunitarios*

Dimensiones	Formas de fomento de medios comunitarios				
	Capacitación	Financiera	Dotación de equipos	Apoyo a producción	Apoyo a distribución
Venezuela	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Colombia	No	Sí	Sí	Sí	No

Fuente: Elaboración fuente propia

Si bien en los dos casos existe un reconocimiento legal de este tipo de medios, las formas de fomento varían. En el caso de Venezuela, como se ha podido ver en líneas anteriores, la política está orientada a una ampliación del sistema de medios comunitarios, a través de una serie de prácticas de fomento en la capacitación, en el apoyo financiero y tributario, en la dotación de equipos, en el apoyo a la producción y a la distribución. El segundo se da por medio de la imposición de cuotas mínimas de producción comunitaria en otro tipo de medios de comunicación.

En el caso de Colombia, también existe apoyo a proyectos específicos de producción comunitaria y exención impositiva, aunque más reducido. En la orientación de las políticas públicas de comunicación queda manifiesta la relevancia que toman los medios comunitarios en Venezuela frente a la que tienen estos en Colombia.

Se pone de manifiesto que la política pública de comunicación de Venezuela trabajó por ejecutar cambios en la propiedad de los medios de comunicación, lo cual reflejó un interés por ampliar los sectores dependientes específicamente del Estado y de la ciudadanía, es decir, los medios estatales y los medios comunitarios. “El pueblo comunicador” se convirtió en un eje angular del “poder popular” siendo, las comunicaciones, un sector estratégico, para el que se destinan dos fondos específicos con los que financiar a los medios estatales y comunitarios en diferentes materias, que van desde la compra de equipos hasta la capacitación de periodistas y comunicadores.

Por otra parte, en el caso de Colombia, la política pública de comunicación no se orientó hacia la ampliación del sector público y tampoco del sector comunitario, a pesar de que sí se reconoció a dichos medios y perduraron algunos esquemas de financiación. Particularmente, en el sector comunitario, al margen de su reconocimiento, no se detecta la existencia de políticas públicas orientadas específicamente a su potenciación, más allá de proyectos eventuales o concursos puntuales a través de los que se “premia” su labor social, con iniciativas desde el Ministerio de Cultura, por ejemplo.

En cuanto al control y supervisión de los medios de comunicación, la orientación de la política de Venezuela refleja una tendencia hacia la centralización de esta tarea en un único organismo, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), vigilado por instituciones de monitoreo ciudadano, con capacidad sancionatoria en caso de incumplimiento de la normativa vigente.

En Colombia, mientras tanto, queda manifiesta una política encaminada hacia la descentralización del control en función de las áreas de trabajo. Así, durante el período estudiado, se crearon la Autoridad Nacional del Espectro (ANE), dedicada específicamente a trabajar en el área del espectro radioeléctrico, y la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), encargada de la política de televisión, dejando al Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación lo concerniente a la radiodifusión sonora.

Finalmente, la diferencia más importante de cara a los cambios posteriores en el sistema de medios de comunicación de los dos países ha

sido la carga punitiva establecida por las normativas. En el caso colombiano la legislación prevé una menor carga punitiva por violación de normas sobre los medios de comunicación comunitarios, mientras que, en Venezuela, el ámbito sancionatorio tiene una orientación menos laxa.

La evidencia aportada por este trabajo, por tanto, contribuye a reafirmar la conclusión de Becerra (2014):

En el caso de los gobiernos populistas de nueva izquierda, se asiste a una original incursión en un territorio que representaba un verdadero tabú en la historia regional: la intención de modificar el sistema comercial de medios a través de una operación simultánea de producción de nueva regulación y de injerencia del gobierno como importante operador comunicacional (2014:74).

Los casos de Venezuela y Colombia, examinados en este trabajo, constituyen buenos ejemplos de esta cuestión. Gobiernos con orientaciones ideológicas opuestas apoyaron e impulsaron una configuración de políticas públicas de comunicación también opuestas, dando lugar a sistemas normativos diferentes, al menos en tres aspectos: primero, en la intervención del Estado y de las instituciones públicas en los medios de comunicación; segundo, en la fórmula que cada uno adquirió para la conformación de sistemas de medios estatales y comunitarios; y, tercero, en el significado que en cada país otorgó al clivaje estatal-privado de la propiedad de los medios de comunicación.

La historia de los medios de comunicación en los dos países vincula profundamente el poder económico-mediático y la política debido a que se convirtieron en elementos fácilmente manipulables por y para las élites de poder (Ruiz, 1996). Frente a esto, la ciudadanía “levantó” un sistema de medios comunitarios que cumplía y sigue cumpliendo las labores sociales que el resto de medios nunca llevó a cabo. Sin embargo, las dificultades a las que se enfrentaron, no solo normativas e institucionales, sino también las presiones por amenazas o por violencia, hicieron que este sector quedara relegado al ámbito local y sufriera represión, particularmente en el caso de Colombia.

Por ello, es importante preguntarse si esos cambios en la retórica política en Venezuela en torno al impulso de medios más democráticos tuvieron efectos reales en una configuración diferenciada, frente a Colombia, que mantuvo intacta su tendencia. En efecto, en Venezuela la política pública se orientó hacia una ampliación del sector comunitario. En este sentido, se puede decir que la ciudadanía venezolana, a diferencia de la colombiana, cuenta con una gama más amplia de medios de comunicación que permite la dinamización de su participación a través de estos mecanismos. En el caso de Colombia se presenta un contexto poco halagüeño considerando que se debe integrar la política pública comunicacional con la misión de fomentar la participación social de los ex combatientes y organizaciones que dejó el acuerdo de paz con las FARC.

## Referencias

Amadou - Mahtar, M (1980). *Presentación*. En C.I. Comunicación, un solo mundo, voces multiples. Comunicación e información en nuestros tiempos. (págs. 11 - 16). México D.F. : Fondo de Cultura Económica.

Becerra, Martín., Mastrini, Guillermo (2009). *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Beltrán, L. R (1976). "Políticas nacionales de comunicación en América Latina: los primeros pasos". Nueva Sociedad, 25, 4-34.

Capriles, Oswaldo (1988). *Venezuela: las enseñanzas del Proyecto Ratelve*. UNA Documenta, 7(1-2), 12-27.

Chomsky, Noam., Dieterich, Heinz (2003). *América Latina: de la colonización a la globalización*. Madrid: Cátedra.

Chomsky, Noam., Herman, Edward (2000). *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica.

Deronne, Thierry (2016). *Comuna, tiempo y televisión. Balance y futuro de la televisión comunitaria venezolana. Informe para la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de la República Bolivariana de Venezuela*. Documento inédito.

El'Gazi, Jeanine (2010). *“La radio comunitaria y ciudadana en Colombia. Dos décadas de experiencias y aprendizajes, el diálogo entre demandas ciudadanas y legislación estatal”*. En Gumucio, Alfonso y Herrera, Karina (Eds.), *Políticas y legislación para la radio local en América Latina*. La Paz: Plural

Fox, Elizabeth (1989). *Medios de Comunicación y Política en América Latina: la Lucha por la Democracia*. México: Gustavo Gili.

Geerts, Andrés., Van Oeyen, Víctor (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo. Estudio de vigencia e incidencia*. Quito: ALER.

Gómez, Ava (2014). *“Venezuela entre el Estado Comunicador y el pluralismo mediático”*. En: Zer - Revista de Estudios de Comunicación, 19 (36), 221–249.

Gómez, Ava., Ramos-Martín, Juan (2014). *“Legislation and Community Media a Comparative: Analysis of Bolivia and Venezuela”*. En: Palabra Clave, 17 (2), 484–516.

Hernández, N (2011). *“Venezuela: El Pacto de Punto Fijo y los Derechos Sociales, unas notas”*. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Cede México.

Hernández, Daniel., Reina, Oliver (2010). *“Impacto de las políticas públicas de comunicación en Venezuela: elementos para la definición de una política de información y comunicación de Estado”*. En Sel, Susana (Ed.), *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas*. Buenos Aires: CLACSO.

Martínez, R. & Reyes, E (2012). *“El Consenso de Washintong: La institución de las Políticas Neoliberales en América Latina”*. En *Política y Cultura* N° 37, 35 - 64.

Mastrini, Guillermo., Becerra, Martín (2006). *Periodistas y Magnates: Estructura y Concentración de las Industrias Culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo.

Mata, M (1993). "¿Radio popular o comunitaria?". En: Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, 47. 57-59.

Pereira, José Miguel (2001). "Comunicación y ciudadanía. Apuntes para comprender las radios y televisiones comunitarias en Colombia". En: Signo y pensamiento, 20(38), 102-116.

Ramos-Martín, Juan (2013). *Sujetos, objetos y procesos de la Comunicación Alternativa en América Latina*. Salamanca.

Ramos-Martín, Juan (2015). *La revolución de los desheredados Participación de las redes de medios comunitarios y alternativos en la construcción de políticas de comunicación en Bolivia*. Universidad de Salamanca, España.

Téllez, Patricia. (2005). "La televisión comunitaria en Colombia: entre la realidad y la utopía". En: Comunicação & Sociedade. 26 (43), 140-154.

UNESCO. (2008). "Indicadores de Desarrollo Mediático. Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social". Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf>

Urribarrí, Raisa (2007). "Medios comunitarios: el reto de formar (se) para la inclusión". En: Revista Comunicación, (137), 48-53.

Villalobos, Orlando (2011). "Los medios comunitarios en Venezuela". En: Revista Comunicación, (156), 39-45.

### **Sobre la autora**

Investigadora posdoctoral por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet) en la Universidad de Buenos Aires. Doctora en Ciencias Políticas por la Universidad de Salamanca (España), con Master

en Estudios Latinoamericanos y pregrado en Comunicación Audiovisual y en Sociología, por la misma universidad. Especialista en políticas públicas de comunicación. Profesora en la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Asesora del Ministerio de Justicia y del Derecho de Colombia y Coordinadora de Análisis en Naciones Unidas.